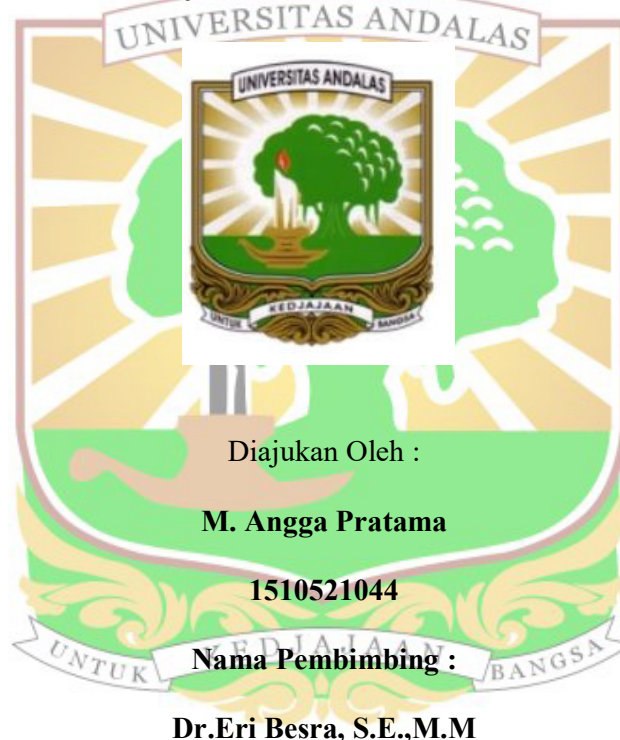


**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN *GENERASI MILENIAL* DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DENGAN *ONLINE TRUST*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Survei pada Pelanggan Toko *Online* Lazada di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program

Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**APRIL 2019**





No. Alumni Universitas

M. Angga Pratama

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tgl Lahir: Padang Panjang/14 November 1996, b) Nama Orang Tua: Amrizal (Alm) dan Yusna, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510521044, f) Tanggal Lulus: 11 April 2019, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,35 i) Lama Studi: 3 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Jalan Perak no.22 Kelurahan Baru Kecamatan Siantar Utara Kota Pematang Siantar Provinsi Sumatera Utara

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI *MILENIAL* DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DENGAN *ONLINE TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survey pada Toko Online Lazada di Kota Padang)

Skripsi Oleh : M. Angga Pratama

Pemimbing : Dr. Eri Besra, S.E., M.M


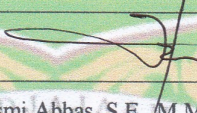
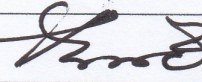
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan perilaku konsumen generasi *milenial*, *online trust*, dan keputusan pembelian *online* pada toko *online* lazada di Kota Padang. Populasi pada penelitian ini adalah generasi *milenial* yang ada di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan kriteria atau karakteristik generasi *milenial* yang pernah melakukan keputusan pembelian pada toko *online* lazada di Kota Padang. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 110 orang generasi *milenial* di Kota Padang. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan PLS (*Partial Least Squares*) versi 16 dan *SmartPLS* (*Partial Least Square*) versi 3.0 M3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen generasi *milenial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*, perilaku konsumen generasi *milenial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online trust*, *online trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui *online trust* sebagai variabel intervening pada toko *online* lazada di Kota Padang.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen Generasi *Milenial*; *Online Trust*; Keputusan Pembelian *Online*

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 11 April 2019

Abstrak telah disetujui Oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Eri Besra, S.E., M.M	Asmi Abbas, S.E., M.M	Syafrizal, S.E., M.E., Ph.D

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si  
NIP. 197208262003122004



TandaTangan

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

Petugas Fakultas/Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan